

犬の暮らし向き予備調査研究結果(2007年)の概要について

会員の皆様には、お元気でご活躍のことと拝察いたします。日頃から協会の活動にご支援を賜っており、厚くお礼申し上げます。また、この度は『動物の暮らし向き調査研究(1)犬の予備調査研究』(以下、犬の予備調査)にご協力をいただき、心からお礼申し上げます。おかげさまで、2,904頭分のデータを収集することができ、今後、動物愛護や適正飼養を考える上で、大変貴重な資料になりそうです。特に交差(クロス)集計結果は膨大なものとなりましたが、犬の暮らし向きに大きく係っている可能性の高い結果も得られております。しかし、初めての試みのために、こちらで作成した調査研究用紙にも不完全なところがあり、また誤記入されている方もおられました。そこで、誤記入が起らないような、また犬の暮らし向きに強く係っている因子をより正しく、より深く解析できるような「本調査研究用紙」を作成すべく、目下作業中です。今回は、主な単純集計の結果をご説明するとともに、記入時の注意等にもふれさせていただきます。当初は、犬の予備調査を行えば、その経験を生かして猫はいきなり本調査に入れると思っていましたが、今回、誤記入が意外に多かったことなどを考えると、猫についても、まず予備調査を行ってから本調査を進めるのが賢明かと思われま

調査研究結果の概要

1. 飼い主の性別

	頻度	パーセント
1) 男	710	24.5%
2) 女	2,140	73.9%
3) 未記入	44	1.5%
計	2,894	100.0%

飼い主は女性が約75%を占めており、他のデータと考え合わせると、その多くは母親(主婦)の可能性が高いように思われる。

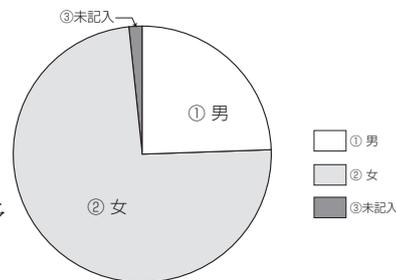


図1. 【飼い主の性別】

2. 飼い主と同居の家族

	頻度	パーセント
1) 1人世帯	261	9.0%
2) 1世代世帯(夫婦のみ)	689	23.8%
3) 2世代世帯(親と子)	1,481	51.2%
4) 3世代世帯(親と子と孫)	328	11.3%
5) その他	96	3.3%
6) 未記入	39	1.3%
計	2,894	100.0%

飼い主は2世代世帯(親と子)が圧倒的に多く、次いで夫婦のみとなっている。

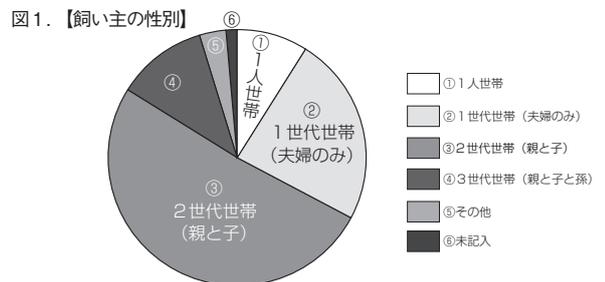


図2. 【飼い主と同居の家族】

3. 飼い主の居住都道府県

都道府県名	頻度	パーセント	都道府県名	頻度	パーセント	都道府県名	頻度	パーセント
1 北海道	155	5.4%	11 埼玉県	179	6.2%	37 香川県	10	0.3%
2 青森県	31	1.1%	12 千葉県	164	5.7%	38 愛媛県	23	0.8%
3 岩手県	22	0.8%	13 東京都	372	12.9%	39 高知県	9	0.3%
4 宮城県	66	2.3%	14 神奈川県	286	9.9%	40 福岡県	79	2.7%
5 秋田県	21	0.7%	15 新潟県	69	2.4%	41 佐賀県	6	0.2%
6 山形県	15	0.5%	16 富山県	21	0.7%	42 長崎県	8	0.3%
7 福島県	51	1.8%	17 石川県	18	0.6%	43 熊本県	19	0.7%
8 茨城県	47	1.6%	18 福井県	13	0.4%	44 大分県	14	0.5%
9 栃木県	48	1.7%	19 山梨県	24	0.8%	45 宮崎県	9	0.3%
10 群馬県	48	1.7%	20 長野県	47	1.6%	46 鹿児島県	23	0.8%
			21 岐阜県	30	1.0%	47 沖縄県	14	0.5%
			22 静岡県	105	3.6%	48 未記入	129	4.5%
			23 愛知県	131	4.5%	計	2,894	100.0%
			24 三重県	29	1.0%			
			25 滋賀県	27	0.9%			
			26 京都府	48	1.7%			
			27 大阪府	141	4.9%			
			28 兵庫県	118	4.1%			
			29 奈良県	31	1.1%			
			30 和歌山県	24	0.8%			
			31 鳥取県	6	0.2%			
			32 島根県	17	0.6%			
			33 岡山県	53	1.8%			
			34 広島県	58	2.0%			
			35 山口県	23	0.8%			
			36 徳島県	13	0.4%			

都道府県で見られる差は何か。本協会の会員数の分布、飼養頭数の差、その他(人口など)の解析。

4. 飼い主の居住地区

	頻度	パーセント
1) 住宅密集地区	268	9.3%
2) 住宅地区	2,250	77.7%
3) 商業地区	116	4.0%
4) 工業地区	21	0.7%
5) 農林漁村地区	120	4.1%
6) その他	42	1.5%
7) 未記入	77	2.7%
計	2,894	100.0%

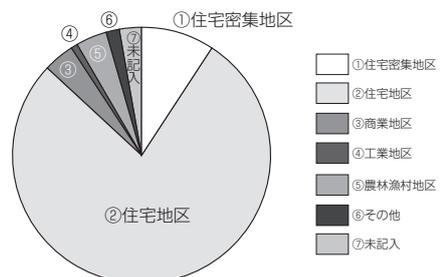


図4. 【飼い主の居住地区】

5. 入手方法

	頻度	パーセント
1) ペットショップ	938	32.4%
2) 繁殖家等	781	27.0%
3) 行政・団体等	124	4.3%
4) 知人等	462	16.0%
5) その他	489	16.9%
6) 未記入	100	3.5%
計	2,894	100.0%

ペットショップ、繁殖家等から入手する飼い主が圧倒的に多い。多くの人が購入しているということか。行政・団体等が少ない。

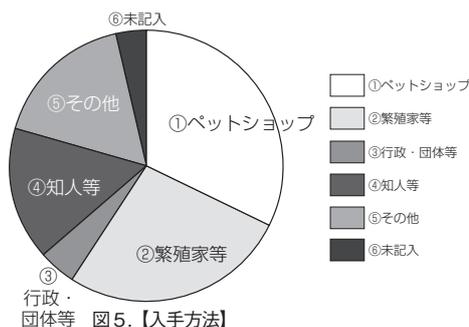


図5.【入手方法】

6. 個体識別 ((1) ~ (3) は複数回答)

	頻度	パーセント
1) 有	1,592	53.3%
(1) 名札	1,238	41.5%
(2) マイクロチップ	150	5.0%
(3) その他	189	6.3%
(4) 未記入	15	0.5%
2) 無	1,276	42.7%
3) 未記入	119	4.1%
計	2,987	100.0%

個体識別をしていない人が半数弱いるという現実がある。1) 有 (3) その他には、「鑑札」等の記入があった。

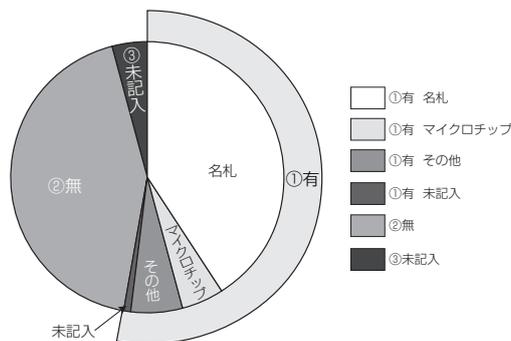


図6.【個体識別】

7. 性別

	頻度	パーセント
1) 雄	1,291	44.6%
2) 雌	1,509	52.1%
3) 未記入等	94	3.2%
計	2,894	100.0%

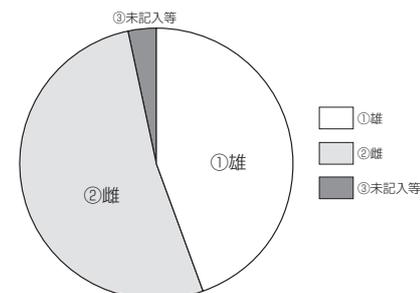


図7.【性別】

8. 犬口ピラミッド

年齢	雄	雌	年齢	雄	雌	年齢	雄	雌	年齢	雄	雌
0	34	47	8	74	131	16	10	9	24	0	0
1	92	91	9	70	91	17	12	9	25	1	0
2	98	105	10	62	94	18	4	5	26	0	0
3	109	121	11	65	92	19	2	3	27	0	0
4	141	136	12	46	70	20	0	1	28	1	0
5	110	125	13	50	43	21	0	1	計	1,254	1,475
6	126	122	14	31	28	22	1	0			
7	99	138	15	16	13	23	0	0			

「犬口ピラミッド」によって、雌雄別の年齢分布を示した。なお、年齢は0歳~20歳程度であったが、それ以上も4頭いた。人間の人口ピラミッドにも見られるような、特有の形をしていることは興味深い。3歳から0歳に向けて、調査対象頭数が減少している理由は何か。なお、不妊去勢手術を施した頭数を白抜きで示した(図8)。

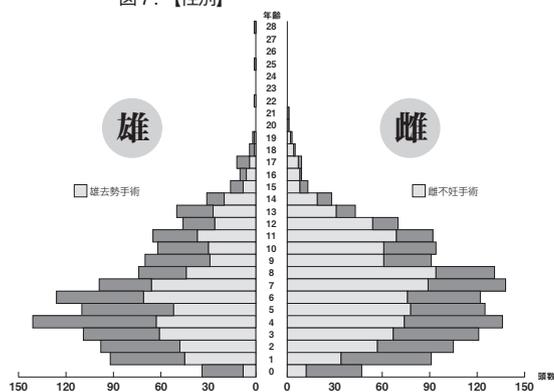


図8.【犬口ピラミッド】

9. 不妊去勢手術

	頻度	パーセント
1) している	1,613	55.7%
2) していない	1,206	41.7%
3) 不明	4	0.1%
4) 未記入	71	2.5%
計	2,894	100.0%

不妊去勢手術をしていないものの比率が41.7%も見られた。手術しない理由は何か。手術可能年齢を仮に生後1年としても、その年齢に達していない個体は調査頭数の1%程度にすぎない(今回は掲載しなかった年齢分布の結果から)。

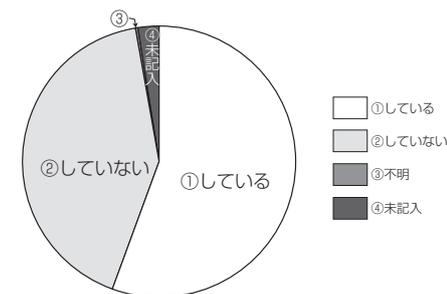


図9.【不妊去勢手術】

10. 体型 (飼い主の判断による)

	頻度	パーセント
1) 太っている	119	4.1%
2) やや太っている	552	19.1%
3) ふつう	1,813	62.6%
4) やや瘠(や)せている	270	9.3%
5) 瘠(や)せている	51	1.8%
6) 未記入	89	3.1%
計	2,894	100.0%

太っているかどうかの基準は示さないで、飼い主の判断で書いていただいたデータである。このような調査にも使える何か良い基準がないか。体重は測定したが、そのままの数値では体型の指標にはならない。犬種別の解析が必要。

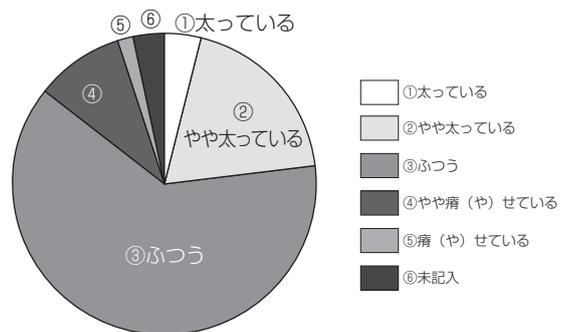


図10. 【体型】

11. 主な飼う目的・動機 (1つ選ぶ)

	頻度	パーセント
1) ペット (友達, 家族)	2,292	79.2%
2) 伴侶	197	6.8%
3) 子供の情操涵養	25	0.9%
4) 家族のコミュニケーション	90	3.1%
5) 番犬	51	1.8%
6) 品評会	24	0.8%
7) 狩猟	2	0.1%
8) その他	98	3.4%
9) 未記入等	115	4.0%
計	2,894	100.0%

1つだけ選択し、記入をお願いしたが、飼い主の思いは1つだけにしぼりきれず、複数回答があった。このような思いを受け入れられる「調査研究用紙」を検討中。

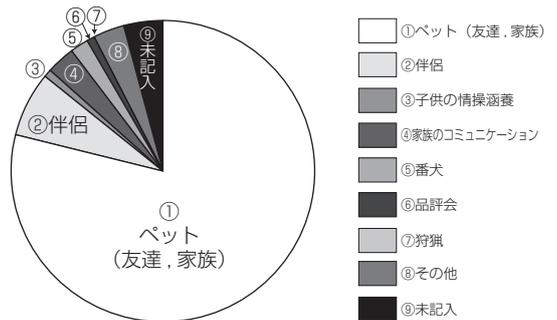


図11. 【主な飼う目的・動機】

12. 飼い主の住居の形態

	頻度	パーセント
1) 一戸建て	2,273	78.5%
2) 集合住宅	551	19.0%
3) 未記入	70	2.4%
計	2,894	100.0%

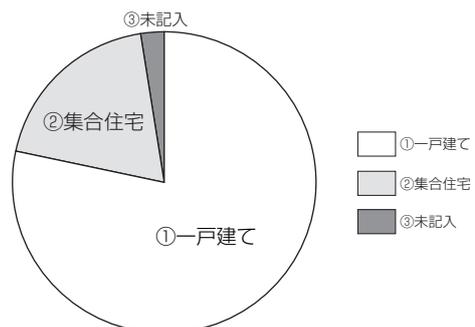


図12. 【飼い主の住居の形態】

13. 飼っている場所

	頻度	パーセント
1) 室内のみ	1,923	66.4%
2) 主に室内	519	17.9%
3) 主に室外	176	6.1%
4) 室外のみ	173	6.0%
5) 未記入	103	3.6%
計	2,894	100.0%

「家族と考えている人は、72%」という報告 (『読売新聞』2005年7月12日) を思い出させるような数値が得られた。

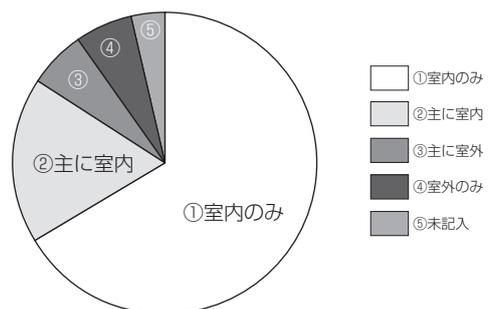


図13. 【飼っている場所】

14. 主な食事

	頻度	パーセント
1) ドッグフードのみ	1,433	49.5%
2) 主としてドッグフード (他に手作り調理もときどきまたは少しづつ)	1,086	37.5%
3) 主として手作り調理 (他にドッグフードもときどきまたは少しづつ)	173	6.0%
4) 手作り調理のみ	70	2.4%
5) その他	25	0.9%
6) 未記入	107	3.7%
計	2,894	100.0%

近年、手作り調理への関心が高まってきているが、手作り調理のみは2.4%、主として手作り調理は6.0%である。他の項目とのクロス解析では興味深い結果が期待される。しかし、詳細な項目について誤記入が多かったので、「本調査」実施の際には、回答に注意していただきたい。

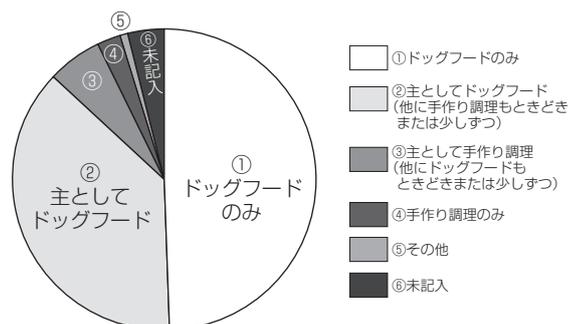


図14. 【主な食事】

15. 主に食事を用意する人

	頻度	パーセント
1) 飼い主	1,906	63.2%
2) 父	73	2.4%
3) 母	439	14.6%
4) 夫	51	1.7%
5) 妻	320	10.6%
6) 息子	20	0.7%
7) 娘	88	2.9%
8) その他	63	2.1%
9) 未記入	57	1.9%
計	3,017	100.0%

誰か1人を特定してほしかったが、複数回答がかなり見られた。これは、実際は誰とも決められないケースもあり得るので、それらに対応した回答を用意することが必要と思われる。調査項目の変更を考える。

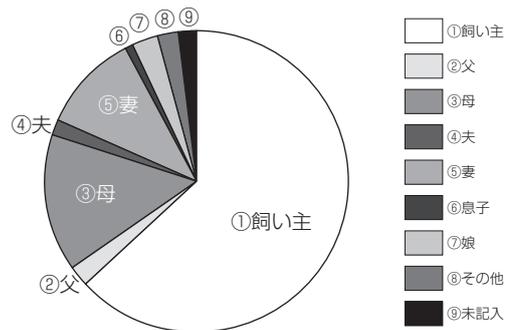


図15. 【主に食事を用意する人】

16. おやつ (しつけるときに与える場合を除く)

	頻度	パーセント
1) 与えている	2,190	75.7%
2) 与えていない	636	22.0%
3) 未記入	68	2.3%
計	2,894	100.0%

約75%がおやつを与えているが、おやつの種類で圧倒的に多いのは「その他」の87.2%であった(データは未掲載)。「その他」の中で、具体的に書かれたものでは、「ジャーキー」が38%、他は1%程度で、実態が具体的につかめなかった。「本調査」ではそれらがわかるように工夫したい。

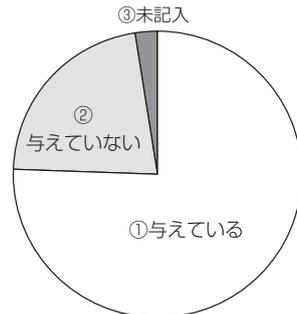


図16. 【おやつ】

17. サプリメント

	頻度	パーセント
1) 与えている	701	24.2%
2) 与えていない	2,115	73.1%
3) 未記入	78	2.7%
計	2,894	100.0%

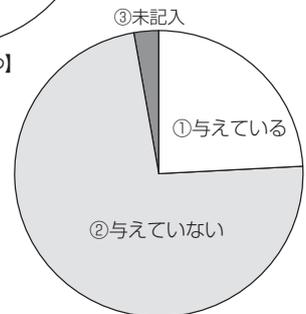


図17. 【サプリメント】

18. 散歩

	頻度	パーセント
1) 毎日する	1,989	68.7%
2) とときどきする	369	12.8%
3) たまにする	233	8.1%
4) しない	226	7.8%
5) 未記入等	77	2.7%
計	2,894	100.0%

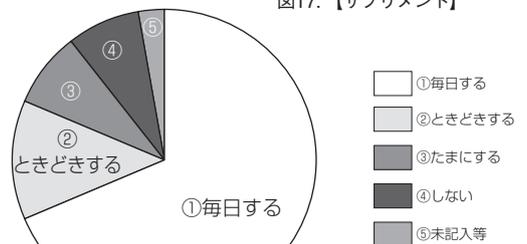


図18. 【散歩】

19. 散歩に連れて行く人

	頻度	パーセント
1) 飼い主	1,777	58.6%
2) 父	155	5.1%
3) 母	282	9.3%
4) 夫	146	4.8%
5) 妻	218	7.2%
6) 息子	29	1.0%
7) 娘	81	2.7%
8) その他	100	3.3%
9) 未記入等	245	8.1%
計	3,033	100.0%

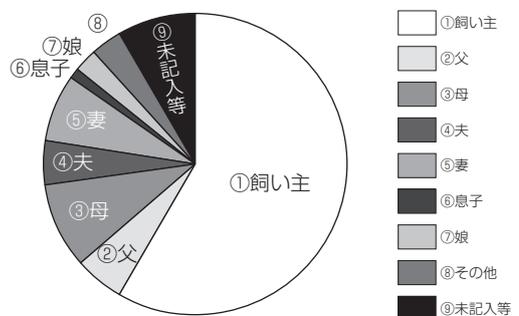


図19. 【散歩に連れて行く人】

誰か1人を選択するようにお願いしたが、「15. 主に食事を用意する人」と同じように複数回答が多かった。「誰とも言い難い」というような調査項目が必要と思われる。

以上、愛玩動物飼養管理士を中心とする者が犬とどのような形で暮らしているかの予備調査の結果を概説しました。本協会の会員各位が犬とどのように暮らしているかのデータを調べたのはおそらく初めてのことで、それ自体興味深いですが、この調査を真に価値あるものにするには長期間にわたる努力が必要です。この「動物の暮らし向き調査研究」は、回を増すごとに調査データの価値が高まることをご理解いただき、今後ともご協力くださいますよう、よろしくお願いいたします。